BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Strategi

2.1.1 Pengertian Strategi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan, Startegi komunikasi adalah suatu ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melakukan kebijakan tertentu diperang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegaiatan mencapai sasaran khusus. Atau bisa juga diartikan dengan rencana yang cerdas atau pintar mengenai kiat-kiat dalam menghadapi ancaman dari musuh serta hal yang harus dipersiapkan dalam perang.

Kata strategi komunikasi dari bahasa Yunani klasik yaitu *"stratos"* yang artinya tentara dan kata *"agein"* yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi komunikasi dimaksudkan adalah memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal *(The Art of General),* atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni "Tidak ada sesutau yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya".

Sejarah awalnya, dikutip dalam buku Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar Hari Purnomo (1998) bahwa startegi komunikasi diartikan sebagai generalship. Jika diarrtikan dalam bahasa Indonesia generalship berarti keahlian militer atau kepemimpinan. Disini dipahami sebagai upaya yang dilakukan oleh para pemimpin, pejuang atau leader dalam pasukan dengan membuat rencana untuk menghadapi musuh dalam peperangan.

Sedangkan dalam manajemen suatu organisasi, strategi diartikan sebagai kiat, dan taktik utama yang dirancang sebagai sistematik dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Menurut Stephani K.Marrus di dalam buku *Strategic Management in Action* Husein Umar, strategi sebagai proses penetapan terhadap kiat dari pihak petinggi perusahaan yang disertai dengan merancang cara untuk misi jangka panjang perusahaan agar misi tersebut dapat diraih.

Sedangkan definisi yang dikemukan oleh Anwar Arifin (1984) Strategi dinyatakan sebagai "keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan". Definisi ini mengatakan bahwa strategi yang akan dijalankan harus dirumuskan tujuannya dengan jelas terutama langkah-langkah apa yang akan diambil untuk mencapai tujuan.

Richard Vancil (1990) merumuskan konsep strategi sebagai berikut : strategi sebuah organisasi, atau subunit sebuah organisasi lebih besar yaitu sebuah konseptualisasi yang dinyatakan atau yang diimplementasikan oleh pemimpin organisasi yang bersangkutan, yakni berupa :

a. Sasaran-sasaran jangka panjang atau tujuan-tujuan organisasi tersebut

b. Kendala-kendala luas dan kebijakan-kebijakan, yang atau di tetapkan sendiri oleh sang pemimpin atau yang diterima nya dari pihak atas, yang membatasi skope aktivitas-aktivitas organisasi yang bersangkutan

c. Kelompok rencana-rencana dan tujuan-tujuan yang telah diterapkan dengan ekspetasi akan diberitanya sumbangsih mereka dalam hal mencapai sasaran-sasaran organisasi tersebut.

d. Garffin (2000) mendefinisikan strategi sebagai rencana komperhensif untuk mencapai tujuan organisasi *(Strategy is comprehensive plan for accomplishing an organitation goals).*

Clausewitz dalam buku Mahaguru Strategi Perang Modern (1995 : 56) membedakan satu taktik dan strategi taktik adalah doktrin pengguna kekuatan bersenjata dalam pertempuran sedang strategi adalah doktrin penggunaan pertempuran-pertempuran individu untuk mencapai tujuan perang.

Jadi pada dasarnya strategi merupakan rencana-rencana atau suatu rancangan yang dibuat untuk mencapai sasaran-sasaran dan tujuan-tujuan yang sudah diterapkan.

a. Tahapan-tahapan Strategi

Strategi juga melalui tahapan-tahapan dalam menjalani prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahapan yakni :

1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan tahapan pertama dalam strategi. Dalam tahapan ini para pencipta, perumus, penkonsep, harus berfikir matang mengenai kesempatan dan ancaman dari luar perusahaan dan menetapkan kekuatan dan kekurangan dari dalam perusahaan, serta menentukan sasaran yang tepat, menghasilkan strategi cadangan dan memilih strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan strategi berusaha menentukan masalah-masalah di dalam perusahaan. Setelah itu dilakukan analisis tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk keberhasilan menuju tujuan strategi tersebut.

Hal-hal yang termasuk dalam perumusan strategi adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, penetapan kekuatan dan kelemahan secara internal, menghasilkan strategi untuk dilaksanakan. Didalam merumuskannya di dalamnya

ada mengembangkan tujuan, mengenali peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan kelemahan internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk menentukan, memperluas, menghindari atau melakukan keputusan dalam proses kegiatan.

Strategi dapat dilihat dari dua prespektif yang berbeda: pertama dari persepektif mengenai apa yang hendak dilakukan oleh sebuah organisasi, dan kedua dari apakah tindakan sejak semula dimaksud tidak.

2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi atau disebut juga pelaksanan strategi, karena implementasi berarti memobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan. Kegiatan yang termasuk dalam implementasi strategi adalah pengembangan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi yang masuk agar tercapai kesuksesan strategi, maka dibutuhkan kedisiplinan, motivasi, dan kerja keras. Selain itu implementasi strategi, adalah dimana tahapan pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. Pelaksanaan tersebut berupa penerapan atau aksi strategi.

Strategi yang dimaksud adalah strategi yang telah direncanakan pada tahap pertama yaitu perumusan strategi. Apabila kita telah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang telah ditetapkan tersebut. Dalam hal ini tahapan pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi.

Karena apabila tercipta suatu komitmen kerja sama dalam melaksanakan strategi, maka formulasi dan analisisnya hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan peroganisasian sumber daya yang akan

ditampakkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya dan organisasi.

3. Evaluasi Strategi

Tahap ketiag atau tahapan akhir ini merupakan tahapan yang sangat diperlukan karena dalam tahapan ini keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk penetapan tujuan selanjutnya. Evaluasi strategi adalah proses dimana manager membandingkan antara hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapai tujuan. Tahap akhir dalam strategi adalah mengevaluasi strategi yang telah dirumuskan. Evaluasi menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya dimaksudkan adalah tahap ini bisa dilihat bagaimana strategi yang dijalankan atau yang telah dilaksanakan telah benar atau masih ada perbaikan.

Contohnya, dari strategi direncanakan awal belum tentu pada saat penerapan situasi serta kondisi berjalan lancar dan beriringan atau sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Terkadang ada suatu kendala atau halangan yang menghambat meskipun tidak banyak. Tahap ketiga evaluasi implementasi strategi sangat diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menentukan tujuan berikutnya.

Evaluasi menjadi tolak ukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai. Ada tiga kegiatan mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu :

a. Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang akan menjadi suatu perubahan dan pencapaian tujuan, begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau hasil implementasi buruk dapat berakibat buruk pula hasil yang akan didapat.

b. Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana awal,

mengevaluasi prestasi individual, dan menyimak kemajuan yang dibuat kea rah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria yang dinamakan hasil lebih penting dari pada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.

c. Mengambil tindakan kreatif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ditinggalkan atau harus merumuskan strategi yang baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

b. Tujuan Strategi

Tujuan strategi adalah untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak pesaing. Organisasi yang bersangkutan masih meraih suatu keunggulan apabila ia dapat memanfaatkan peluang-peluang didalam sekitaran lingkungan, yang memungkinkan menarik keuntungan-keuntungan dari bidang kekuatannya.

2.2 Definisi Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi. Menurut Lauwrence D. Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju denga menyatakan :" komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian dan mendalam".

Komunikasi menurut bahasa etimologi dalam ensilopedia umum diartikan dengan "perhubungan", sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari kata latin, yaitu :

a. *Communicare*, yang berarti berpartisipasi ataupun memberitahukan

b. *Communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku dimana-mana

c. *Communis opinion*, yang berarti berpendapat umum ataupun berpedapat mayoritas

d. *Communico*, yang yang berarti membuat sama

e. *Communication*, berasal dari kata latin *communication* yang bersumber dari communis yang berarti sama. Sama sini maksudnya sama makna.

Beberapa ahli memberikan beberapa definisi komunikasi sebagai berikut :

Menurut Harorl D.Lasswell (1948) dikutip dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar komunikasi adalah suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan media apa, kepada siapa, dan dengan akibat atau efek apa dalam bahasa Inggris " *Says What? In Wich Channel? To Whom? With What Effect*?" (Deddy, 2005 : 69).

Sedangkan menurut Carl A. Hovland mengatakan komunikasi adalah proses dimana individu (komunikator) mengoperkan peransang (biasanya lambang-lambang bahasa) untuk merubah tingkah laku individu-individu yang lain (komunikan).

Dari beberapa definsi komunikasi diatas, dapat disimpulan bahwa komunikasi adalah proses menyamakan kesamaan pemikiran melalui proses antara komunikator atau pengirim pesan dengan komunikan dengan tujuan merubah tingkah laku penerima pesan atau komunikan. Setelah proses penyampaian pesan tersebut berhasil maka akan tercipta komunikasi yang efektif. Singkatnya, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku secara langsung (tatap muka), atau secara tidak langsung (melalui media atau saluran).

Everett M. Rogers (1985) seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khusunya dalam hal ini penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yakni :

"Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka".

Definsi ini kemudian dikembagkan bersama Lauwrence D. Kincaid (1981) mendefinisikan komunikasi yang lebih maju dengan menyatakan " Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertiian yang mendalam".

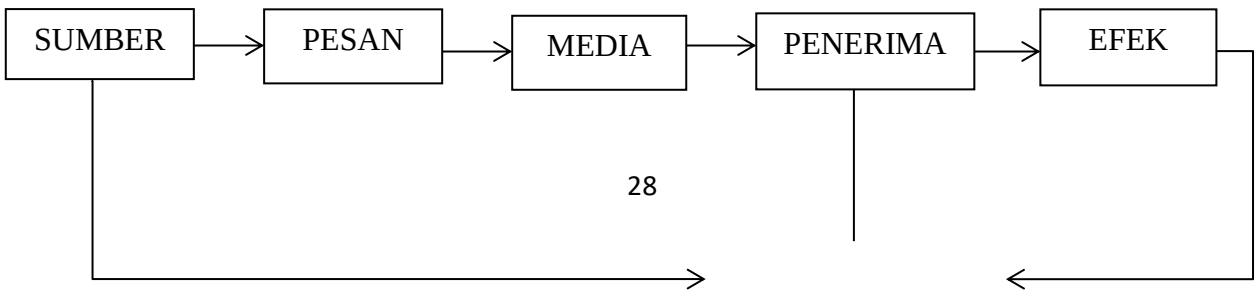
Hovland, Janis dan Kelly juga membuat definisi komunikasi, yakni :

" Commuication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)".

Sampai tahun 1976, menurut catatan Dance dan Larson dalam Miller sudah ada 126 definisi komunikasi. Ada definisi yang dibuat menurut perspektif sosiologi, budaya, elektronika, ekonomi, dan adapula dari perspektif ilmu politik. Meski definisi yang dibuat para pakar memilki perspektif yang berbeda satu sama lainnya, namun definisi-definisi tersebut pada dasarnya tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri kepada orang lain, atau sebaliknya. (Cangara, 2013:33-34).

2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Jika proses komunikasi yang dimaksud dalam definisi diatas, dalam gambar maka proses tersebut dapat dilihat sebagai berikut :



UMBAN BALIK

Lingkungan

Gambar 1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa unsur-unsur penting, yakni antara lain adalah :

a. Sumber

ialah pihak yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain, komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

b. Pesan

ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima.

c. Saluran

Saluran atau media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mnecakup surat kabar, brosur, spanduk, bulletin, stiker dan semacamnya.

d. Penerima

Penerima ialah pihak yang menjadikan sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam sebuatan, antara lain khalayak, komunikan.

e. Efek

Pengaruh atau efek ialah perdebatan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Umban Balik

Ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh.

g. Lingkungan atau Situasi

Lingkungan ialah situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirimkan karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi tidak bisa diterima.

Setiap unsur memiliki peran penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan keseluruhan unsur saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan seluruh unsur ini maka akan berpengaruh pada proses komunikasi yag berlangsung.

2.2.3 Dimensi Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya dapat dilihat dari berbagai dimensi, yakni :

a. Komunikasi sebagai proses

Jika komunikasi dipandang sebagai proses, maka komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yag berlangsung secara dinamis.

b. Komunikasi sebagai simbolik

Pesan yang disampaikan pengirim kepada penerima dinyatakan dalam bentuk verbal yang tertulis atau lisan, dan juga dalam bentuk tanda-tanda atau isyarat non-verbal.

c. Komunikasi sebagai interaksional

Komunikasi antar manusia tidak pernah terjadi tanpa melibatkan orang lain. Oleh karena itu, dalam proses komunikasi akan terjadi aksi dan interaksi di antara para pelaku-pelaku komunikasi.

d. Komunikasi sebagai aktivitas sosial

Sifat manusia yakni selalu berusaha untuk berhubungan dengan sesamanya. Upaya ini dilakukan untuk menghilangkan keterasingan mereka.

e. Komunikasi sebagai sistem

Sistem seringkali didefinisikan sebagai suatu aktivitas di mana suatu komponen atau unsur yang mendukungnya seringkali satu sama lain dalam menghasilkan luaran (Semprivivo : 1982)

f. Komunikasi sebagai multidimensional

Elemen yang membangunnya seling pengaruh-mempengaruhi satu sama lain. Artinya komunikator tidak hanya mempengaruhi pesan tapi juga bisa mempengaruhi bentuk pesan, dan penerima mempengaruhi komunikator.

2.2.4 Hambatan (Rintangan) Komunikasi

Jika komunikasi dilihat sebagai suatu sistem, maka gangguan komunikasi bisa terjadi pada semua elemen atau unsur-unsur yang membangunnya, termasuk faktor lingkungan dimana komunikasi itu terjadi. Menurut Shannon dan Weaver (1949) gangguan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi terhadap salah satu komponen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif. Sedangkan rintangan komunikasi dimaksudkan yakni adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima.

Meski gangguan dan rintangan komunikasi dapat dibedakan, tapi sebenarnya rintangan komunikasi bisa juga terjadi disebabkan karena adanya gangguan. Gangguan atau rintangan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas delapan macam, yakni:

1. Gangguan teknik.
2. Gangguan sematik.
3. Gangguan Psikologis.
4. Rintangan fisik dan organic.
5. Rintangan status.
6. Rintangan kerangka berfikir.
7. Rintangan budaya
8. Rintangan birokrasi.

Gangguan teknis terjadi salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan sehingga informasi yang di transmisi melalui saluran mengalami kerusakan (*channel noise*). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan TV, gangguan jaringan telepon, sound system radio yang terganggu sehingga suaranya tidak jelas dan sebagainya.

Gangguan sematik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena adanya kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake, 1979). Gangguan sematik sering terjadi karena :

1. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh masyarakat tertentu.
2. Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan penerima.
3. Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
4. Latar belakang budaya yang menyebabkan terjadinya salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

Gangguan psikologis ialah gangguan yang terjadi karena adanya persoalan yang timbul dalam diri individu. Misalnya persaan curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena gangguan kejiwaan sehingga dalam pengiriman dan penerimaan informasi tidak sempurna.

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan oleh kondisi geografis. Misalnya tempat yang jauh dn terpencil sehingga sulit dicapai, tidak ada signal, jalur transportasi yang sulit, dan semacamnya. Dalam komunikasi antar manusia rintangan fisik bisa juga diartikan adanya gangguan organik pada fisik manusia. Misalnya salah satu panca indera si penerima tidak berfungsi karena buta, tuli, atau bisu.

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan oleh jarak sosial di antara peserta komunikasi. Misalnya perbedaan status antara senior dan yunior atau antara atasan dengan bawahan. Perbedaan seperti ini biasa menurut pelaku komunikasi yang selalu memperhitungkan etika dan kondisi ketika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat pada atasanya, atau rakyat pada raja yang memimpinnya.

Rintangan kerangka berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak. Ini sebabnya karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda. Dalam suatu studi yang pernah dilakukan William (1974) tentang efektivitas pembaruan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di pedesaan, ditemukan bahwa mahasiswa KKN cenderung menggunakan kerangka pikir teoritis, sedangkan penduduk desa cenderung berpikir praktis. William lebih jauh menyatakan bahwa rintangan yang sulit pada dasarnya berada antara pikiran seseorang dengan pikiran orang lain.

Rintangan birokrasi ialah terhambatnya suatu proses komunikasi yang disebabkan oleh struktur organisasi. Dalam organisasi pemerintahan atau perusahaan yang begitu besar sering kali terjadi kendala, yakni penyampain informasi dari pimpinan puncak (top manager) tidak sampai pada karyawan di tingkat eselon bawah. Hal ini bisa disebabkan karena proses penyampainnya mealalui jenjang birokrasi yang terlalu panjang.

2.2.5 Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat di manfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi ditunjukkan untuk :

a. Memberi informasi
b. Menghibur
c. Mendidik
d. Membentuk opini publik

David K.Berlo mahaguru komunikasi dari Michigan State University menyebut secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrument interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam

menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (Byrnes, 1965). Jadi, komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata karma pergaulan antar manusia, apakah itu seorang pengusaha, dokter, guru, karyawan atau politisi.

Gohan Hadebro seorang professor komunikasi berkebangsaan Swedia dalam bukunya *Communication and Social Change in Developing Nations* (1982) berhasil mengembangkan kegunaan media komunikasi menjadi dua belas fungsi, yakni :

1. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku kea rah moderanisasi.
2. Mengajarkan keterampilan-keterampilan baru kepada masyarakat.
3. Berperan sebagai pelipat ganda (*multiper effect*) ilmu pengetahuan dengan penyebarluasan melalui media komunikasi.
4. Menciptakan efesiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang melalui informasi yang mereka terima dari media, tanpa perlu mengunjugi tempat – tempat yang diinformasikan.
5. Meningkatkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap keputusan hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak.
6. Membantu rasa kebangsaan melalui penyajian informasi yang menggugah rasa peduli pada nasib bangsa dan negara.
7. Meningkatkan aspirasi seorang dengan informasi yang dibaca, didengar dan dilihat.
8. Membantu masyarakat dalam menentukan nilai-nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
9. Meningkatkan aktivitas politik seseorang untuk ikut mengambil bagian sikap untuk kebijakan publik.

10. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat melalui penyatuan sikap untuk membangun tirani.
11. Menjadi sarana pembelajaran melalui pertukaran ide dan pengalaman para anggota masyarakat tanpa mengenal tempat dan jarak.
12. Mendukung pelaksanaan program-program pembangunan dibidang ekonomi, sosial, serta keamanan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.3 Konsep Strategi Komunikasi

2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana sudah tentu selalu dikaitkan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Seorang guru atau dosen misalnya selalu menanyakan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif dalam proses pembelajaran di dalam kelas, seorang manajer atau kepala kantor merisaukan kenapa suatu informasi yang disampaikan kurang dipahami bawahannya, seorang kandidat pemilihan bupati atau walikota akan menanyakan bagaimana menyusun pidato yang bisa memersui massa agar bisa menjadi pendukung, ataukah seorang ibu selalu gelisah karena komunikasi dengan suaminya kurang harmonis akhir-akhir ini. Pertanyaan-pertanyaan seperti ini sudah tentu memerlukan strategi komunikasi agar bisa diciptakan proses komunikasi yang efektif dalam keadaan apapun.

Kata strategi komunikasi dari bahasa Yunani klasik yaitu "*stratos*" yang artinya tentara dan kata "*agein*" yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi komunikasi dimaksudkan adalah memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal *(The Art of General),* atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni "Tidak ada sesutau yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya".

Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam Cangara (2013 : 61) mendefinisikan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Demikian pula dengan strategi komunikasi menurut Onong Uthjana Effendy (1984 : 35) merupakan paduan perencanaan komunikasi *(communication planning)* dengan manajemen komunikasi *(communication management)* untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Namun Rogers (1982) dalam buku perencanaan dan strategi komunikasi mengatakan memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Didalam menjalankan strategi komunikasi maka proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentranformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus mempertibangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi (Bungin, 2015 : 62).

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar miter, tapi juga profesi lain, misalnya pakar strategi Henry Kissinger belakang sejarah, Thomas Schelling berlatang belakang dan matematika.

Dalam menangani masalah ekonomi, para perencana di hadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitanya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin mereka capai. Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai sesuatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middelton (1980) membuat definisi dengan menyatakan "Strategi Komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penangganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi materi dan tenaga. Oleh Karena itu, strategi juga merupakan rahasia yang harus di sembunyikan oleh para perencana.

Pada hakikatnya strategi komunikasi adalah kesatuan dari dua kompenen perencanaan dan manajemen dalam mencapai tujuan memperhitungkan kondisi dan situasi yang dihadapi sekarang dimasa depan untuk menciptakan perubahan diri pada masyarakat.

Dengan demikian, strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) memounyai fungsi ganda :

a) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
b) Menjembatani "kesenjangan budaya" (culture gap) akibat kemudahan yang diperoleh dan kemudian dioperasioanalkannya media massa yang bergitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy, 2008 : 28).

2.3.2 Teknik Strategi Komunikasi

Menurut Arifin (1994), terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi yaitu :

1. *Redundancy (Repetition)*

Teknik *redundancy* atau *repetition* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat ditarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru kontras dengan pesan berulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.

2. *Canalizing*

Teknik *canalizing* adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standard kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya kearah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

3. informatif

Teknik informatif adalah suatu bentuk pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya diatas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat yang benar pula.

Teknik informatif ini, lebih ditunjukkan pada penggunaan akal pikiran khalayak dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan,berita dan sebagainya.

4. Persuasif

Teknik persuasif adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti karena ditentukan oleh kecakapan untuk mensugestikan atau menyarankan sesutau kepada komunikan dan mereka sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh.

5. Edukatif

Teknik edukatif merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya atas pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kea rah yang diinginkan.

6. Koersif

Teknik koersif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimindasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya dibelakang berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

2.3.3 Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran. Menurut Arifin (1994) agar pesan

dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikan perlu menemukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut :

a. Khalayak

untuk mengenal hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk mempersamakan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir (*frame of refence*) dan pengalaman lapangan (*field of experience)* khalayak secara tepat dan seksama. Hal pertama yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi khalayak seperti : 1) pengetahuan khalayak mengenai pokok permasalahan 2) pengetahuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan, dan 3) pengetahuan khlayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan. Kedua, pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok itu berbeda. Ketiga, situasi kelompok dimana dia berada.

b. Menentukan Tujuan

Tujuan komunikasi menentukan fokus strategi komunikasi fokus yang digunakan. Adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik antara lain yaitu :

1. memberikan informasi merupakan interaksi komunikasi. Masyarakat cenderung merasa lebih baik diberi informasi yang telah diperlukan atau yang diberi jalan masuk menuju informasi tersebut yang merupakan bagian dari keadaan percaya dan rasa aman.

2. menolong orang lain, memberikan nasehat kepada orang lain dalam mencapai tujuan.

3. menyelesaikan masalah dan membuat keputusan, karena semakin tinggi kedudukan atau status seseorang maka semakin penting meminta orang lain untuk keahlian teknis

sehingga dalam penyelesaian masalah atau membuat keputusan tersebut harus ada komunikasi untuk meminta data sehingga dalam penyelesaian masalah atau membuat keputusan tersebut harus ada komunikasi untuk meminta data sebagai bahan pertimbangan.

4. mengevaluasi perilaku secara efektif, yaitu suatu penilaian untuk mengetahui hal-hal yang akan mereka lakukan setelah menerima pesan.

c. Menyusun pesan

Proses dalam strategi komuniksai dengan cara menyusun pesan adalah dengan melihat bagaimana komunikator memilih diantara berbagai strategi pesan untuk mencapai tujuan, sedangkan desain pesain memberikan perhatiannya pada bagaimana komunikator membangun pesan untuk mencapai tujuan. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu:

1. pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran.

2. pesan harus menggunakan tanda-tanda yang bertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran.

3. pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.

4. pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

d. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain memantapkan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi turut

mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Terdapat empat ciri pokok dalam komunikasi melalui media, terutama bagi media massa, yaitu :

a. bersifat tidak langsung. Artinya harus melalui media teknis

b. bersifat satu arah. Artinya ada reaksi antara para peserta komunikasi

c. bersifat terbuka. Artinya ditunjukkan kepada publik yang terbatas dan anonim dan mempunyai banyak khalayak.

2.3.4 Tujuan Startegi Komunikasi

Ketika kita membayangkan strategi komunikasi, maka pikirkanlah tentang tujuan yang kita ingin capai dan jenis materill apa saja yang kita pandang dapat memberikan konstribusi bagi tercapainya tujuan ini. khusus untuk setiap tujuam tertentu yang berkaitan dengan aktivitas kita, maka tujuan komunikasi menjadi sangat penting karena meliputi, *announcing, motivating, educating, informing, and supporting decision making.*

2.3.4.1 Memberitahu *(Announcing)*

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah *announcing,* yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas *informasi (one of theh first goals of your communications strategy is to announce the availability of information on quality).* Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

2.3.4.2 Memotivasi *(Motivating)*

Bayangkan kalau anda sedang mempersiapkan penyebaran informasi tentang layanan penggunaan kosmetik illegal bagi masyarakat khususnya bagi perempuan yang setiap hari pasti menggunakannya. Kita harus membayangkan bahwa audiens belum tentu mengetahui

banyak tentang bahaya penggunaan kosmetik illegal ini hanya dari satu sumber semata, tetapi mereka dapat mengakses informasi ini dari media massa cetak maupun elektronik. Terhadap penyebaran informasi seperti ini, maka kita dapat mengusahakan agar informasi yang disebarkan ini harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat untuk mencari dan mendapatkan manfaat dari informasi ini sebagai pengetahuan tentang penggunaan kosmetik illegal.

2.3.4.3 Mendidik (*Educating)*

Tujuan strategi komunikasi yang berikut adalah *educating.* Setiap informasi tentang pemberitahuan apapun atau contoh berita tentang manfaat *gudget* bagi anak-anak harus disampaikan dalam kemasan *educating* atau bersifat mendidik.

2.3.4.4 Menyebarkan Informasi *(Informating)*

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat atau khalayak yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual. Sehingga dapat digunakan oleh penerima informasi tersebut. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan, atau motivasi semata tetapi mengandung unsur pendidikan. Ini yang kita sebut dengan *strategy of informating*.

2.3.4.5 Mendukung Pembuatan Keputusan *(Supporting Decision Making)*

Strategi komunikasi yang terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorikan, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan. (Liliweri, 2011 : 248 - 249).

2.3.5 Hambatan Strategi Komunikasi

Hambatan dalam komunikasi umumnya terjadi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi, karena tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah timbul kesalahpahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa antara apa yang dipergunakan dengan yang diterima. Terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak. Menurut Ruslan (2003), terdapat empat jenis hambatan yang dapat menggunakan strategi komunikasi yaitu :

a. hambatan dalam proses penyampaian *(process barrier)*

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan mempunyai kemampuan sebagaimana komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor feedbacknya tidak tercapai, media yang digunakan kurang tepat, dan kurangnya memahami pesan secara tepat.

b. hambatan secara fisik *(physical barrier)*

Sarana fisik dapat menghambatkan komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem pengeras suara yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan, dan lain-lain. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya.

c. Hambatan semantik *(semantic barrier)*

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau

lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang atau sebaliknya tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d. Hambatan psikososial *(psychosocial barrier)*

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator menyampaikan kata momok dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. Nyatanya kata tersebuut dalam bahasa sunda berkonotasi kurang baik. Jika kata tersebut diucapkan dalam sambutan dalam sebuah acara formal yang dihadiri para pejabat, tokoh sesepuh masyarakat sunda, maka citra yang bersangkutan dapat turun karena adanya salah pengertian bahasa.

2.4 Konsep Informasi

2.4.1 Pengertian Informasi

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimya. Sumber informasi adalah data. Data kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata. Kejadian-kejadian adalah kejadian yang terjadi pada saat tertentu

Secara umum informasi diartikan sebaga sekumpulan data yang telah diproses dan dikelola sedemikian rupa sehingga menjadi sesuatu yang mudah dimengerti dan bermanfaat bagi penerimanya. Sedangkan secara etimologis, informasi berasal dari kata *"informatinem"* dalam Bahasa Latin *Informatinem* ini dapat diartikan sebagai ide, kode, atau garis besar.

Sedangkan menurut Azhar Susanto dalam buku sistem informasi manajemen (2013 : 40) mengatakan informasi adalah suatu hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat bagi penerimanya. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa informasi diperoleh didapatkan dengan adanya data yang akan diolah dan unit pengolahan data tersebut. Informasi yang telah melalui dalam pengolahan data mempunyai kegunaan yang dapat dirasakan dalam suatu kegiatan pada masa yang akan datang atau sekarang. Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Jogiyanto (2005 : 8)

2.5 Definisi Masyaraakat

2.5.1 Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah wadah untuk membentuk kepribadian diri setiap kelompok manusia atau suku yang berbeda satu dengan yang lainnya. Selain itu masyarakat adalah manusia yang tinggal menetap dalam suatu wilayah yang tidak terlalu jelas batas-batasnya, berinteraksi menurut kesamaan pola tertentu, diikat oleh suatu harapan dan kepentingan yang sama, keberadaannya berlangsung terus-menerus, dengan suatu rasa identitas yang sama.

Dalam bahasa Inggris masyarakat disebut *society*, yang berasal dari kata Latin *"socius"* yang berarti teman atau kawan. Kata masyarakat berasal dari bahasa Arab *"syirk"* sama-sama menunjukkan pada apa yang kita maksud dengan kata masyarakat, yakni sekelompok orang yang saling mempengaruhi satu sama lain dalam suatu proses pergaulan, yang berlangsung secara berkesinambungan. Pergaulan ini terjadi karena adanya nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur serta harapan dan keinginan yang merupakan kebetuhan bersama. Hal ini yang sebut terakhir inilah merupakan tali pengikat bagi sekelompok orang yang disebut masyarakat (Antonius Atosokhi Gea dkk, 2003 : 30 - 31).

Menurut Horton dalam M. Zaini Hasan dkk, (1996 : 12 - 13) mengatakan masyarakat adalah sekumpulan manusia yang relatif mandiri, yang hidup bersama-sama dalam waktu relatif lama mendiami kawasan tertentu, memiliki kebudayaan relatif lama, serta melakukan aktivitas yang cukup lama pada kelompok tersebut. Lebih lanjut dalam M. Zaini Hasan dkk, (1996 : 246) mengatakan bahwa masyarakat adalah kelompok orang yang hidup dalam suatu wilayah tertentu, yang memiliki pembagian kerja yang berfungsi khusus dan saling tergantung *(interdependent)*, dan memiliki sistem sosial budaya yang mengatur kegiatan para anggota, yang memiliki kesadaran akan kesatuan dan perasaan, serta mampu untuk bertindak dengan cara yang teratur.

Menurut Bouman dalam M. Zaini Hasan dkk, (1996 : 12) mengatakan bahwa "masyarakat adalah pergaulan hidup yang akrab antara manusia, dipersatukan dengan cara tertentu oleh hasrat-hasrat kemasyarakatan mereka".

Menurut Maclver dalam Harsojo, (1999 : 127) mengatakan masyarakat adalah "satu sistem dari cara kerja dan prosedur, dari otoritas dan saling bantu membantu yang meliputi kelompok-kelompok dan pembagian sosial lain, sistem dan pengawasan tingkah laku manusia dan kebebasan".

Menurut Koentjaraningrat dalam Usman Pelly dkk, (1994 : 29) mengemukakan masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat berkelanjutan dan terikat oleh identitas bersama. Lebih lanjut Koentjaraningrat (2002 : 144) mendifisikan masyarakat adalah memang sekumpulan manusia yang saling "bergaul" atau dengan istilah ilmiah saling "berinteraksi".

Dari beberapa pengertian para ahli diatas, peneliti mengambil suatu kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan masyarakat adalah sekelompok manusia yang hidup bersama-

sama untuk mendiami wilayah tertentu dan saling bergaul serta mempunyai kebudayaan, pembagian kerja dengan rentang waktu yang relatif lama, saling berketergantungan, memiliki sistem sosial budaya yang mengatur kegiatan para anggota serta memilki kesadaran akan kesatuan dan perasaan memiliki, mampu untuk bertindak dengan cara yang teratur dan bekerja sama dalam melakukan aktivitas yang cukup lama pada kelompok tersebut.

2.5.2 Unsur-Unsur Masyarakat

Masyarakat sebagai sekumpulan manusia didalamnya ada beberapa unsur yang mencangkup. Adapun unsur-unsur tersebut adalah :

1. Terdapat sejumlah orang yang hidup bersama disuatu tempat dalam waktu yang relatif lama, terjadi interaksi dan saling membutuhkan.

2. Memiliki adat istiadat atau sistem nilai dan norma sosial yang berlaku.

3. Memiliki kepribadian kelompok yang khas.

4. Masing-masing anggota merasa sebagai bagian dari satu kesatuan sosial

2.5.3 Ciri-Ciri Masyarakat

Masyarakat sendiri memiliki beberapa ciri-ciri untuk membedakannya antara satu dengan yang lainnya, antara lain adalah :

1. Melahirkan Kebudayaan

Dalam konsepnya, tidak ada suatu masyarakat yang tidak mempunyai budaya, masyarakat yang melahirkan kebudayaan dan budaya tersebut kemudian diwariskan dari generasi ke generasi dengan adanya proses-proses penyesuaian.

2. Mengalami Perubahan

Seperti yang terjadi dalam budaya, suatu masyarakat juga kan mengalami perubahan. Perubahan tersebut dapat terjadi karena beberap faktor yang berasal dari masyarakat itu sendiri.

3. Manusia yang Berinteraksi

Interaksi yang terajdi secara lisan ataupun tidak serta suatu komunikasi berlaku apabila terdapat masyarakat bertemu dengan satu sama lain.

4. Manusia yang Hidup Berkelompok

Manusia yang hidup secara bersama-sama dan kemudian membentuk sebuah kelompok. Dari kelompok yang dibentuk tersebut, kemudian menjadi masyarakat. Mereka mengenali satu sama lain tiap anggota masyarakat dan saling ketergantungan.

5. Terdapat Stratifikasi Sosial

Stratifikasi Sosial merupakan salah satu orang pada sebuah kedudukan dan peranan yang harus dilakukan dalam suatu masyarakat.

6. Terdapat Pemimpin

Pemimpin dapat terdiri dari ketua keluarga, ketua negara, dan sebagainya. Dalam masyarakat dipastikan disetiap kelompoknya terdapat pemimpin yang akan mengarahkan mereka dengan peraturan-peraturan.

2.5.4 Masyarakat Desa

Pada umumya pengertian desa dikaitkan dengan pertanian, yang sebenarnya masih bisa didefinisikan lagi berdasarkan pada jenis dan tingkatannya. Masyarakat desa yaitu masyarakat yang ruang lingkupnya berada di desa dan cenderung hidup secara tradisional

serta memegang adat istidat. Menurut Koentjaraningrat (2010 : 29) masyarakat desa adalah suatu komunitas kecil yang menetap secara tetap disuatu tempat.

Masyarakat desa itu sendiri mempunyai karakteristik seperti yang dikemukan oleh Roucek dan Warren (Jefta Leibo, 1995 : 7) maka menggambarkan karakteristik masyarakat desa sebagai berikut :

1) Besarnya peranan kelompok primer.

2) Faktor geografis menentukan dasar pembentukan kelompok atau asosiasi.

3) Hubungan lebih bersifat akrab dan langgeng.

4) Homogen.

5) Populasi anak dalam proporsi yang lebih besar.

Karakteristik desa sangat diperlukan adanya pembagian desa atau bisa disebut dengan tipologi desa. Tipologi desa itu sendiri akan mudah diketahui jika dihubungkan dengan kegiatan pokok yang diketahui oleh masyarakat itu dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, adapun pembagiannya sebagai berikut (Jefta Leibo, 1995 : 18)

a. Desa Pertanian

Pada jenis desa ini semua kegiatan masyarakatnya terlibat dalam bidang pertanian.

b. Desa Industri

Pada jenis desa ini pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari lebih banyak bergantung pada sektor industri, baik industri kecil maupun industri besar.

c. Desa Nelayan atau Desa Pantai

Pada jenis ini pusat kegiatan dari seluruh anggota masyarakatnya bersumber pada usaha-usaha dibidang perikanan baik perikanan laut, pantai, maupun darat.

d. Desa Pariwisata

Pada jenis ini terdapat objek wisata seperti peninggalan-peninggalan kuno, keistimewaan kebudayaan rakyat, dan juga terdapat keindahan alam.

Kebudayaan yang terdapat pada masyarakat desa masih tergolong masuk dalam kategori yang belum maju dan masih sederhana. Kebanyakan orang menganggap bahwa masyarakat desa khususnya masyarakat petani masih dianggap secara umum yang mana mereka dianggap seragam atau sama antara masyarakat petani yang satu dengan yang yang lainnya.

2.6 Konsep Pemerintahan Desa

2.6.1 Pengertian Pemerintahan Desa

Pemerintahan pada awalnya dibentuk untuk menghindari keadaan dimana suatu wilayah yang ditempati oleh sekelompok manusia mengalami suatu kekacauan, keadaan tersebut memaksa seseorang yang memiliki pengaruh untuk membentuk suatu kelompok yang kuat untuk melindungi dari gangguan kelompok lainnya, selanjutnya kelompok ini menjadi pihak yang menganggap sebagai satu-satunya yang paling berhak untuk memerintah sehingga disebut sebagai pemerintah yaitu orang menjalankan pemerintahan.

Menurut Undang-Undang nomor 6 Tahun 2004 pemerintah desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Menurut Muhadam Labolo (2010) dalam buku Memahami Ilmu Pemerintahan, pemerintahan desa merupakan bagian dari pemerintahan nasional, yang penyelenggaraan nya ditunjukan kepada desa. Personil satuan organisasi yang disebut pemerintaha desa kecuali

kelurahan itu disebut perangkat negara dan bukan perangkat atau pegawai negeri, karena beberapa pertimbangan antara lain :

a. Konsisten dengan pemerintahan desa sebagai kesatuan ketatanegaraan.

b. Perangkat tersebut, kendatipun pada umumnya dipilih dari kalangan masyarakat desa setempat, namun mengankat adalah pejabat yang berwenang.

c. Tidak disebut sebagai perangkat atau pegawai negeri karena kedudukan pegawai negeri diatur dengan peraturan perundang-undangan tertentu, yang tidak berlaku bagi perangkat pemerintahan desa otonom.

Pemerintahan desa tersusun didalam suatu organisasi. Organisasi itu haruslah sederhana dan efektif. Pemerintahan desa diselenggarakan dibawah pimpinan seorang kepala desa beserta perangkat desa, mewakili masyarakat desa guna hubungann keluar dan kedalam masyarakat yang bersangkutan dalam terjalin baik. sedangkan, yang dimaksud dengan pemerintahan desa adalah kepala desa atau yang disebut dengan nama lain kuwu dibantu dengan perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintahan desa.

2.6.2 Kewenangan Pemerintahan Desa

Sesuai prinsip desentralisasi desa pemerintahan desa mempunyai kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakatnya berdasarkan hak asal usul dan adat istiadat yang berlaku. Dalam praktik penyelenggaraan pemerintahan yang disebut untuk kewenangan kemudian dipersempit lagi menjadi hak dan kewajiban setiap tingkatan pemerintahan untuk mengatur dan mengurus fungsi-fungsi tersebut.

Selanjutnya untuk mengatur urusan masyarakat tersebut maka pemerintahan desa dapat membuat peraturan desa yang merupakan bentuk regulasi yang disusun oleh pemerintahan desa bersama Badan Permusyawaratan Desa (BPD), desa dibentuk dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan desa, isi peraturan desa tersebut harus sesuai dengan kepentingan umum isi peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

Dalam penyusunan peraturan desa tersebut, rancangan peraturan desa dapat berasal dari pemerintahan desa ataupun berasal dari hasil inisiatif Badan Permusyawaratan Desa (BPD). Selain itu, masyarakat berhak memberikan masukan baik tertulis maupun lisan setelah itu rancangan peraturan desa dibahas oleh Pemerintahan Desa dan Badan Permusyawaratan Desa bersama-sama.

Untuk rancangan peraturan desa tentang anggaran pendapatan dan belanja desa, pengutan, penataan desa paling utama 3 hari disampaikan oleh kepala desa kepada bupati/walikota untuk dievaluasi. Hasil evaluasi disampaikan oleh bupati/walikota kepada kepala desa paling lama 20 hari sejak rancangan peraturan desa disebut diterima. Apabila bupati/walikota belum memberikan hasil evaluasi rancanngan anggaran pendapatan dan belanja desa tersebut kepala desa dapat menetapkan rancangan peraturan desa tentang anggaran pendapatan belanja desa (APBDes) menjadi peraturan desa.

Sebelum terbentuknya suatu sistem pemerintahan di Indonesia, urusan-urusan yang dikelola oleh desa adalah urusan-urusan yang memangg telah dijalankan secara turun menurun sebagai norma-norma atau bahkan sebagian dari norma-norma itu telah melembaga menjadi suatu bentuk hukum yang mengikat dan harus dipatuhi bersama oleh seluruh masyarakat desa yang dikenal sebagai hukum adat. Urusan yang dijalankan secara turun menurun ini meliputi baik urusan yang hanya murni tentang adat istiadat, maupun urusan

pelayanan masyarakat dan pembangunan desa atau yang pada saat ini dengan urusan pemerintahan.

Urusan pemerintahan desa tersebut merupakan urusan-urusan yang menjadi tanggung jawab atau tugas pemerintah desa itu sendiri. Menurut Taliziduhu Ndraha (1991 : 45) “Secara umum ada dua jenis urusan pemerintahan desa yaitu urusan dekonsentratif dan urusan partisipatif dan khusus bagi desa-desa yang berotomi desa, ada urusan jenis ketiga yaitu urusan rumah tangga desa…” selain itu, menurut H.A.W Widjaja dalam buku penyelenggaraan otonomi desa (2013 : 45) terdapat hal yang perlu ddiperhatikan dalam urusan pemerintahan yaitu urusan pemerintahan bersifat dinamis dalam penyelenggaraan dan distribusinya akan selalu mengalami perubahan dari masa kemasa (plebisi day by day) dan untuk menjamin kepastian hukum, perubahan-perubahan tersebut perlu didasarkan atas peraturan perundang-undangan.

Urusan-urusan pemerintahan pemerintahan desa tersebut menurut Taliziduhu Ndraha (1991 : 66) tersebut diatas yaitu :

a. Urusan Dekonsentratif

Urusan – urusan dekonsentratif ialah urusan-urusan yang menjadi tanggung jawab

Pemerintah yang lebih diatas. Pemerintahan itulah yang merencanakan itu, membiayai, mengawasi dan memberikan tanggung jawab secara keseluruhan. Pelaksanaan operasionalnya ditugaskan kepada pemerintah desa sebagai aparat pemerintahan desa nasional didesa yang bersangkutan. Untuk urusan ini, pemerintah desa mendapat biaya, sarana, peralatan, bahan, pedoman, dan fasilitas operasional dari pemerintah yang lebih atas. Tentu saja jalur urusan dekonsentratif ini ialah pusat, provinsi, kabupaten, kecamatan dan

desa. Dalam urusan dekonsentratif, masyarakat desa relatif tidak memiliki peranan desisif, kendatipun relatif responsible atas tugas-tugas yang dibebankan kepadanya.

b. Urusan Partisipatif

Urusan partisipatif ialah urusan-urusan yang ditetapkan oleh pemerintah, tetapi pelaksanaannya diserahkan kepada masyarakat desa yang bersangkutan sebagai sarana pendidikan pembangunan. Didalam melaksanakan urusan-urusan itu, masyarakat desa memegang peranan desisif dan responsible. Dalam melaksanakan urusan-urusan partisipatif pemerintah atas memberikan pembinaan dalam berbagai bentuk dan cara, misalnya bantuan uang, rencana perlombaan desa, sarana kelembagaab, dan sebagainya.

c. Urusan Rumah Tangga

Telah dikemukakan bahwa urusan rumah tangga desa diperoleh tidak berdasarkan asas desentralisasi, melainkan berdasarkan tradisi atau adat yang berlaku. Sampai sekarang belum ada ketentuan yang jelas mengenai isi dari pada rumah tangga desa itu.

2.6.3 Fungsi Pemerintahan Desa

Fungsi pemerintahan baik dari pusat daerah, maupun desa adalah memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut terdiri atas pelayan publik, pelayanan pembangunan dan pelayanan perlindungan. Pemberian pelayanan tersebut bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Shadu Wasistiono (2001 : 51) dalam buku management pemerintahan desa menyatakan pelayanan umum atau pelayanan publik adalah pemberian jasa baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama

pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

Pelayanan publik berhubungan dengan pelayanan yang masuk kategori sektor pelayanan publik, bukan sektor privat. Yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah pelayanan yng diberikan oleh pemerintah kepada publik, yaitu sejumlah orang yang mempunyai kebersamaan berfikir, perasaan, harapan, sikap, dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai dan norma-norma yang mereka miliki. Dalam konteks pemerintahan desa, publik disini dimaksud adalah sejumlah penduduk atau rakyat yang tinggal dalam wilayah desa yang mempunyai pikiran, perasaan dan kepentingan yang sama terhadap keberadaan pemerintah desa berdasarkan nilai-nilai yang mereka pegang.

Masyarakat desa berhak mendapatkan pelayanan yang terbaik, sedangkan pemerintah desa mempunyai kewajiban untuk menyediakan barang publik dan pelayanan publik yang berkualitas. Selain itu, pelayanan tersebut diberikan tanpa memandang status pangkat ataupun golongan masyarakat, semua warga msyarakat mempunyai hak yang sama atas barang dan pelayanan publik yang akan diperoleh tersebut.

Barang-barang publik adalah barang yang dapat digunakan secara bersama-sama oleh semua orang tanpa seorangpun dikecualikan dalam menggunakannya. Ciri lain dari barang public adalah tidak ada persaingan dalam penyediannya, contoh adalah lapangan sepak bola, pemakaman umum, sumur umum, dan gardu pos keamanan. Sedangkan layanan public adalah layanan yang diterima oleh semua orang tanpa seorangpun dikecualikan dalam pelayanannya, seperti pemberian surat keterangan untuk pembuatan KTP/SIM/SKCK, sertifikat tanah, surat keterangan miskin, surat pengantar untuk pengobatan gratis, dan lain-lain.

Selain itu, fungsi yang harus dijalankan oleh pemerintahan desa yaitu adalah fungsi pelayanan masyarakat dalam bidang pembangunan. Pelayanan pembangunan merupakan pelayanan pemerintahan desa dalam bentuk melakukan pembangunan yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat desa baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pelayanan pemerintahan desa juga berupa memberikan perlindungan kepada warga desa. Pemerintah desa harus dapat menciptakan rasa aman kepada warganya dari tindak kejahatan, kerusuhan, dan bencana alam. Pemerintah desa bekerja sama dengan Polsek dan Koramil yang ada di wilayah desa tersebut untuk menciptakan rasa aman dan tentram kepada warga sehingga warga desa melakukan kehidupan dengan aman dan nyaman.

Pelayanan pemerintahan desa tersebut berhubungan dengan tiga fungsi yang dimiliki pemerintahan desa yang pertama yaitu memberikan pelayanan kepada masyarakat, kedua melakukan pembangunan, ketiga menciptakan ketentraman, ketertiban, dan keamanan masyarakat. Dengan demikian, pemerintahan desa harus melaksanakan ketiga fungsi tersebut. Wujud dari peran pemerintahan desa adalah memberikan kegiatan pelayanan kepada masyarakat berdasarkan fungsi tersebut.

Selanjutnya, jika semua urusan mendapatkan pelayanan yang prima, maka segala sesuatunya akan berjalan dengan lancar yang pada gilirannya akan berdampak secara langsung maupun tidak langsung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

2.6.4 Penyelenggaraan Pemerintahan Desa

Penyelenggaraan pemeintahan desa dilakukan oleh pemerintah desa. Pemerintah desa sebagai mana yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 pasal 23 kepala

desa atau yang dimaksud dengan nama yang lain dan dibantu oleh perangkat desa. Pemerintah desa adalah organisasi yang terdiri atas :

1. Unsur pimpinan yaitu kepala desa

2. Unsur pembantu kepala desa, yang terdiri atas :

   2.1 Sekretariat desa, yaitu unsur staf pelayanan yang diketuai sekertaris desa.

   2.2 Unsur pelaksana teknis, yaitu unsur pembantu kepala desa yang melaksanakan urusan teknis dilapangan seperti urusan pengairan, keagamaan, dan lain-lain.

   2.3 Unsur kewilayahan, yaitu pembantu kepala desa diwilayah kerjanya seperti kepala dusun.

Dalam penyelenggaraan pemerintah desa harus berdasarkan dengan Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945 Negara Kesatuan Republik Indonesia dan Bhineka Tunggal Ika. Penyelenggaraan pemerintahan berpedoman pada asas umum penyelenggaraan negara yang terdiri atas :

a. Asas kepastian hukum

b. Asas tata tertib penyelenggaaraan negara

c. Asas kepentingan umum

d. Asas keterbukaan

e. Asas proposionalitas

f. Asas profesionalitas

g. Asas akuntabilitas

h. Asas efisiensi dan asas efektif

2.6.4.1 Kepala Desa

Kepala desa mempunyai tugas menyelenggarakan pemerintahan desa, melaksanakan pembangunan, pembinaan kemasyaakatan desa, dan masyarakat desa. Dalam melaksanakan tugasnya, kepala desa mempunyai wewenang sebagai berikut :

a) Memimpin penyelenggaraan pemerintahan desa.

b) Mengajukan perancangan peraturan desa.

c) Menetapkan peraturan desa.

d) Menyusun dan mengajukan rancangan peraturan desa mengenai APBD desa untuk dibahas dan ditetapkan bersama BPD.

e) Membina kehidupan masyarakat desa.

f) Membina perekonomian desa.

g) Mengorganisasikan pembangunan desa secara partisipatif.

h) Mewakili desanya didalam atau diluar pengadilan desa dan dapat menunjuk kuasa hukum untuk perwakilannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

i) Melaksanakan wewenang lain sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Nomor 6 Tahun 2014 pasal 26 kepala desa mempunyai kewajiban :

a) Memegang teguh dan mengamalkan pancasila, melaksanakan Undang-Undanga Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 serta mempertahankan dan memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia dan Bhineka Tunggal Ika.

b) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat

c) Memelihara ketentraman dan ketertiban masyarakat

d) Menaati dan menegakan peraturan perudang-undangan

e) Melaksanakan kehidupan demokrasi dan berkeadilan gender

f) Melaksanakan prinsip tata pemerintahan desa akuntabel, transparan, profesional, efektif, efesien, serta bebas dari kolusi, korupsi, dan nepotisme.

g) Menjalin kerjasama dan koordinasi dengan seluruh pemangku kepentingan desa

h) Menyelenggarakan administrasi pemerintah desa yang baik

i) Mengelola keuangan dan asset desa

j) Melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan desa

k) Menyelesaikan perselisihan masyarakat di desa

l) Mengembangkan perekonomian masyarakat desa

m) Membina dan melestarikan nilai-nilai sosial budaya masyarakat desa

n) Memberdayakan masyarakat dan lembaga kemasyarakatan di desa

o) Mengembangkan potensi sumber daya alam dan melestarikan lingkungan hidup dan

p) Memberikan informasi kepada masyarakat desa

Tugas dan kewajiban kepala desa dalam memimpin penyelenggaraan pemerintahan desa sudah diatur lebih lanjut dengan peraturan daerah berdasarkan peraturan pemerintah. Agar fokus pelayanan kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang No 6 Tahun 2015 pasal 29 kepala desa dilarang :

a) Merugikan kepentingan umum

b) Membuat keputusan yang menguntungkan diri sendiri, anggota keluarga, pihak lain, dan atau golongan tertentu

c) Menyalahgunakan wewenang, tugas, hak, dan/atau kewajibannya

d) Melakukan tindakan diskriminatif terhadap warga dan/atau golongan tertentu

e) Melakukan tindakan meresahkan sekelompok masyarakat desa

f) Melakukan kolusi, korupsi, dan nepotisme, menerima uang, barang dan /atau desa dari pihak lain yang dapat mempengaruhi keputusan atau tindakan yang akan dilakukannya

g) Menjadi pengurus partai politik

h) Menjadi anggota dan/atau pengurus organisasi terlarang

i) Merangkap jabatan sebagai ketua dan/atau anggota Badan Permusyawaratan Desa, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Rakyar Daerah Provinsi atau Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota, dan jabatan lain yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan.

j) Ikut serta dan/atau terlibat dalam kampanye pemilihan umum dan/atau pemilihan kepala daerah

k) Melanggar sumpah atau janji jabatan dan

l) Meninggalkan tugas selama 30 (tiga puluh) hari kerja berturut-turut tanpa alasan yang jelas da tidak dapat dipertanggung jawabkan.

Dalam melaksanakan tugas-tugasnya kepala desa dapat berhenti karena meninggal dunia, permintaan sendiri atauu diberhentikan. Kepala desa dapat diberhentikan karena berbagai hal seperti masa jabatan telah berakhir, terbukti telah melanggar sumpah jabatan, tidak melaksanakan kewajiban, atau melanggar laranggan sebagai kepala desa, tidak dapat melaksanakan tugas secara berturut-turut selama 6 bulan dan tidak lagi memenuhi syarat-syarat kepala desa.

Masa jabatan kepala desa adalah 6 tahun yang di hitung sejak yang bersangkutan dilantik. Kepala desa yang sudah menduduki jabatan kepala desa hanya boleh menduduki jabatan kepala desa sebanyak dua kali masa jabatan.

2.7 Konsep Bantuan Sosial *Covid – 19*

2.7.1 Pengertian Bantuan Sosial *Covid - 19*

Bantuan sosial dapat diartikan di dalam Permendagri Nomor 32 Tahun 2011 tentang Pedoman Pemberian Hibah dan Bantuan Sosial yang Bersumber dari APBD sebagaimana diubah dengan Permendagri Nomor 39 Tahun 2012, pasal 1 angka 15, " Bantuan sosial adalah pemberian bantuan berupa uang/barang dari pemerintah daerah kepada individu, keluarga, dan/atau masyarakat yang bersifat tidak secara terus menerus dan efektif yang bertujuan untuk melindungi dari kemungkinan terjadinya resiko sosial".

Bantuan sosial adalah pemberian bantuan uang/barang dari pemerintah daerah kepada individu, keluarga, kelompok dan/atau yang bersifat tidak secara terus menerus dan selektif yang bertujuan untuk melindungi dari kemungkinan terajdinya risiko sosial.

Sedangkan bantuan sosial covid -19 muncul karena adanya pandemi ini, Presiden Joko Widodo dalam peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 yang mengatur pembatasan sosial berskala besar sebagai respons terhadap pandemi *covid-19* . kebijkan ini meliputi peliburan sekolah, tempat kerja, kegiatan ekonomi. Didorong dari adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) ini banyak masyarakat yang terdampak ekonominya, oleh karena itu pemeritah pusat dalam hal ini Kementrian Sosial RI mengucurkan bantuan kepada masyarakat yang terkena dampak *covid-19*. Sumber dana dari bantuan ini adalah dari APBN melalui Kementrian Sosial dituangkan dalam Keputusan Mensos No. 54/HUK/2020 tentang Pelaksanaan Bantuan Sosial Sembako dan Bantuan Sosial Tunai Dalam Penanganan Dampak COVID-19. Pendaftaran penerima bantuan dilakukan oleh pemerintah daerah yang

berwenang dalam pendataan calon peserta dan akan dilaporkan kepada Kementerian Sosial, bentuknya tunai dengan besaran Rp. 600.000 per Kepala Keluarga selama 3 (tiga) bulan. Dengan kuota penerima sebanyak 9 (Sembilan) juta kepala keluarga.

Selain mendapat bantuan dari pemerintah pusat, pemerintah daerah juga menyalurkan beberapa bantuan sosial untuk warganya yang terdampak pandemic covid-19. Dalam hal ini adalah pemerintahan Daerah Jawa Barat melalui Gubernur yang bersumber pendanaan nya dari realokasi APBD dan dibantu tambahan dari APBN. Menurut Juru Bicara Gugus Tugas Covid-19 Provinsi Jabar Daud Ahmad bantuan ini akan disalukan secara bertahap dan tidak semua warga Jawa Barat dapat menerimanya, karena terdapat beberapa kriteria syarat penerima. Ada tujuh skema pintu bantuan sosial terdampak covid di Jawa Barat, antara lain yaitu : Kartu Program Keluarga Harapan (PKH), Kartu Sembako, Kartu Pra Kerja, Dana Desa (bagi kabupaten), bantuan sosial (bansos) dari presiden, bansos provinsi, serta bansos dari kabupaten/kota.

Warga berpenghasilan rendah termasuk miskin baru akibat pandemi COVID-19 di Jawa Barat akan menerima bantuan sosial (bansos) total senilai Rp500 ribu dari Pemerintah Daerah Provinsi Jabar, khususnya di zona merah persebaran yaitu Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi (Jabodetabek). Bansos Jabar berupa bantuan tunai dan pangan non tunai senilai Rp500 ribu sendiri, merupakan upaya Pemda Provinsi Jabar untuk melebarkan rentang persentase kelompok rawan miskin atau miskin baru akibat pandemi ini. mekanisme penyaluran bansos senilai Rp500 ribu dilakukan atas kerja sama Pemda Provinsi Jabar dengan Kantor Regional V Jabar dan Banten PT Pos Indonesia, untuk kemudian dikirimkan ke alamat penerima melalui ojek online (ojol) dan ojek pangkalan (opang) yang sudah terdaftar di PT Pos Indonesia